

地域創生

key word

- アントレプレナーシップ
- ウエルネスツーリズム
- 360°マーケティング
- グローバル生活研究



上田 雄三郎
Yuzaburo Ueda

産学公連携推進機構
特別招聘教授

【プロフィール】

慶応義塾大学 法学部卒業後松下電器産業株式会社(現パナソニック)に入社。

2018年4月より、滋賀大学。

【主な講演】

- ・地域ブランド戦略フォーラム(2回) 2019年10月 2020年2月 日本・草津
- ・「The Business of Longevity 2017」 2017年10月 香港 The Economist
- ・第151回「未来洞察×社会課題×ビジネスイノベーション」シンポジウム 2018年2月 日本・東京 政策分析ネットワーク
- ・子育て家電というマーケティング 2007年10月 日本・東京 日経マーケティングジャーナル

【代表的な研究テーマ】

- アントレプレナーシップ教育の展開によるゲームチェンジャーの育成
- 付加価値の高い観光のためのニューツーリズム研究
- 顧客を起点としたストーリーマーケティング/360°マーケティング

課題解決に役立つシーズの説明

1) アントレプレナーシップ教育の展開によるゲームチェンジャーの育成

デジタル技術の進展や経済のグローバル化といった変化の大きい不透明な時代にこそ、自立した個人としての問題意識を持ち、社会をより良い方向に変革するためのアントレプレナーシップの醸成が求められます。講義「アントレプレナーシップⅠ(公開授業)」「アントレプレナーシップⅡ(PBL型授業)」や起業相談会を開催し、時代を変えるゲームチェンジャーの育成を進めています。滋賀大学発ベンチャーも続々生まれています。

アントレプレナーシップの要件

Creativity 創造力	ユニークで独創的なideaを構想する力。非連続。アートシンキング。
Critical thinking 論理的思考力	事実(データ)に基づいて、判断する力。連続性。デザインシンキング。
Communication 伝達力	自分のコンセプトや考え方を、受け手に理解させるための説明力。
Collaboration 協働力	目的に向かい、一緒になってideaを創り上げていく力。共創力。
Passion 情熱	目的達成のために、惜しみなく前向きに進める力。人間力。

「アントレプレナーシップⅠ」の効果

	2020年度			2021年度		
	受講前	受講後	差異	受講前	受講後	差異
Creativity 創造力	4.66	5.75	±1.09	4.82	5.68	±0.86
Critical thinking 論理的思考力	5.45	6.34	±0.89	5.64	6.58	±0.94
Communication 伝達力	5.41	6.23	±0.82	5.64	6.62	±0.98
Collaboration 協働力	5.67	6.31	±0.64	6.36	6.98	±0.62

(各スキルを、10点満点で受講前・受講後に自己採点。2020年 n=195 2021年 n=174)

2) 付加価値の高い観光のためのニューツーリズム研究

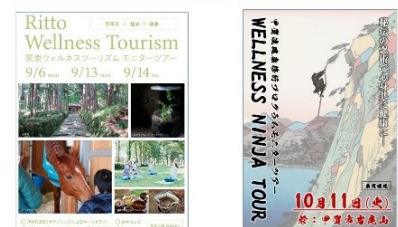
これからの人口減少時代の地域創生

においては「稼ぐ力」を持ったまちづくりプロデューサーの活動が新しい観光を支えています。観光産業の高付加価値化を目指し、2018年に観光イノベーションフォーラムを立ち上げ、「ウエルネスツーリズムプロデューサー養成講座」を開講。新たな事業創造・価値提案の育成のお手伝いをしています。

観光産業のゲームチェンジャー育成



WTPから生まれたツアー商品

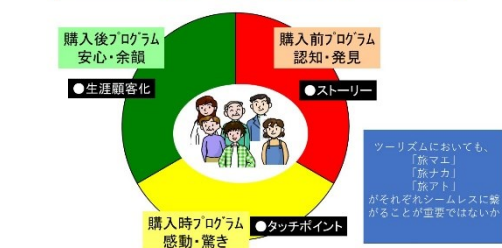


3) 顧客を起点としたストーリーマーケティング

360° マーケティング

マーケティングは顧客を起点に、商品・サービスの購入前・購入時・購入後の360°の観点で考えねばなりません。ビッグデータにより、今まで見えなかった顧客の動きが可視化できるようになった社会において、ブランド価値を高めるためにもストーリーが不可欠です。各企業の現状の課題分析からソリューションを提案し、戦略的プロモーションを支援しています。

360° マーケティングとは



マーケティング事例集



企業・自治体へのメッセージ

新しいビジネスプラン創出やゲームチェンジャー等の高度中核人材育成に貢献します。